


# ZURN6311 DOTAZNÍKOVÝ VÝZKUM: VALIDITA, RELIABILITA, PŘEKLADY

Lenka Dědková

# ÚKOL 4

- Upravené pozvánky k výzkumu
- Studentská anketa
  - Zapojení katedry, studentských spolků a skupin apod.
  - Více personalizované maily s žádostí o vyplnění
  - Zdůraznění toho, k čemu anketa povede a co se již změnilo
  - Relevantní otázky pro různé předměty/vyučující
  - Kratší verze ankety
  - Loterie o MUNI předměty
  - ...



Pomozte výzkumníkům pochopit, jak jsou vnímány mediální obsahy zobrazující válečné zločiny

.....  
**Každý názor pomůže**  
.....

Kdy: 16. 4. 2021

Kde: v celém areálu firmy

Kdo: zaměřený na všechny dospělé


Jak: dotazník (cca 30 minut)

Účast zcela dobrovolná



Ohodnoťte vyučující  
a absolvované  
předměty

VY POMŮŽETE NÁM,  
MY POMŮŽEME VÁM!

Vyměňte si na chvíli roli s vašimi lektory  
a udělte jim hodnocení 

CO SE DÍKY VAŠEMU HODNOCENÍ ZMĚNILO?

ZAVEDLI JSME 20MINUTOVÉ PŘESTÁVKY

NAVÝŠILI JSME POČET KREDITŮ U PŘEDMĚTŮ,  
U KTERÝCH BYLA OPAKOVANĚ ZMIŇOVANÁ  
VYSOKÁ NÁROČNOST

Celouniverzitní předmětová anketa

JE FAJN V KAŽDÉM SEMESTRU TIŠE TRPĚT,  
NEŽ ŘÍCT V HODNOCENÍ SVŮJ NÁZOR A NĚCO ZMĚNIT



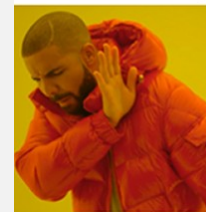
LENKA, 21 LET

Chceme slyšet tvůj názor!  
Tak neskipuj anketu v Isu

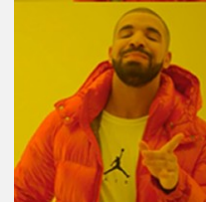
Řekni nám, co bylo fajn...  
Ale klidně i to, co se nám moc nepovedlo



Celouniverzitní předmětová anketa



Skipnout  
anketu  
v Isu



Vyplnit ji,  
abych už  
měl pokoj

Chceme slyšet tvůj názor!  
Tak neskipuj anketu v Isu

Řekni nám, co bylo fajn...  
Ale klidně i to, co se nám moc nepovedlo



Celouniverzitní předmětová anketa

PUSTTE MĚ!



CHCI ŘÍCT, JAK TO BYLO TĚŽKÝ

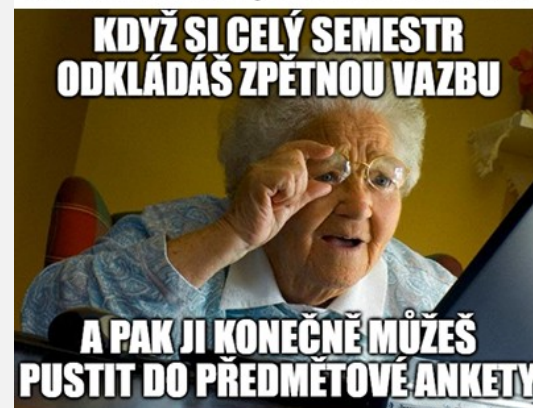
Chceme slyšet tvůj názor!  
Tak neskipuj anketu v Isu

Řekni nám, co bylo fajn...  
Ale klidně i to, co se nám moc nepovedlo



Celouniverzitní předmětová anketa

KDYŽ SI CELÝ SEMESTR  
ODKLÁDÁŠ ZPĚTNOU VAZBU



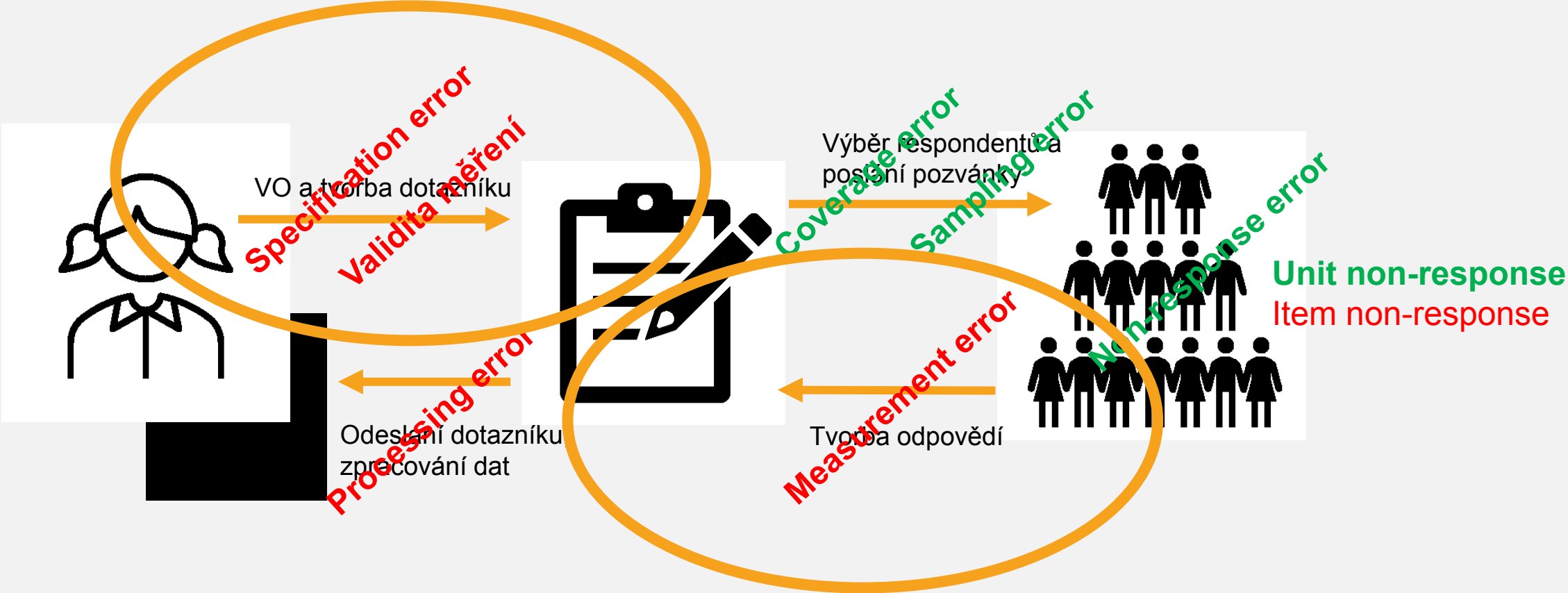
A PAK JI KONEČNĚ MŮŽEŠ  
PUSTIT DO PŘEDMĚTOVÉ ANKETY

Chceme slyšet tvůj názor!  
Tak neskipuj anketu v Isu

Řekni nám, co bylo fajn...  
Ale klidně i to, co se nám moc nepovedlo



# PROCES DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ



# MEASUREMENT ERROR

- Někdy také observation error
  - Část rozdílu mezi pravou hodnotou v populaci a statistikou v dotazníku, která vzniká kvůli rozdílu mezi pravou hodnotou jevu a odpovědí v dotazníku (tj. individuální úroveň)
  - Measurement bias = pokud je rozdíl nějak systematický – odpovědi v dotaznících na položky jsou systematicky pod/nadhodnocené
    - Důsledkem bias bývá posun v rozložení (průměru, mediánu..), ale pokud je to systematicky stejný posun u všech respondentů, nemusí znamenat posun na úrovni síly a směru efektu vztahu dvou proměnných

# DESIGN DOTAZNÍKU

- Cílem je dotazník, který tím, jak vypadá, nevede ke zkreslením v odpovědích respondentů
  - Např. (i neúmyslné) formulování položek tak, aby podporovaly hypotézy
  - Nebo aby vyšly tak, jak chce sponzor
- Základem je
  - 1. vědět, co chceme měřit
    - Teorie
    - Dobrá výzkumná otázka a testovatelné hypotézy
  - **2. vědět, jak to změřit tak, aby to skutečně (a dobře) měřilo, co chceme**
    - Validita, reliabilita



# KONSTRUKTY

- To, co chceme zjistit: mediální gramotnost, sledování zpravodajských stránek, socioekonomický status, viktimizace online agresí, online závislost, občanskou participaci...
  - Proměnné, které chceme analyzovat
  - Měly by jasně plynout z výzkumné otázky a položených hypotéz
- Ale – často jsou v jejich „základní podobě“ neměřitelné, jsou to pojmenování pro nějakou charakteristiku, abstraktní
  - Co se počítá do viktimizace online agresí?
  - Kde začíná online závislost?
  - Kdo je mediálně gramotný?
  - Co se počítá jako „zpravodajská stránka“? Co je „sledování“ – když zprávu nedočtu/nedokoukám, je to pořád sledování zpravodajství?

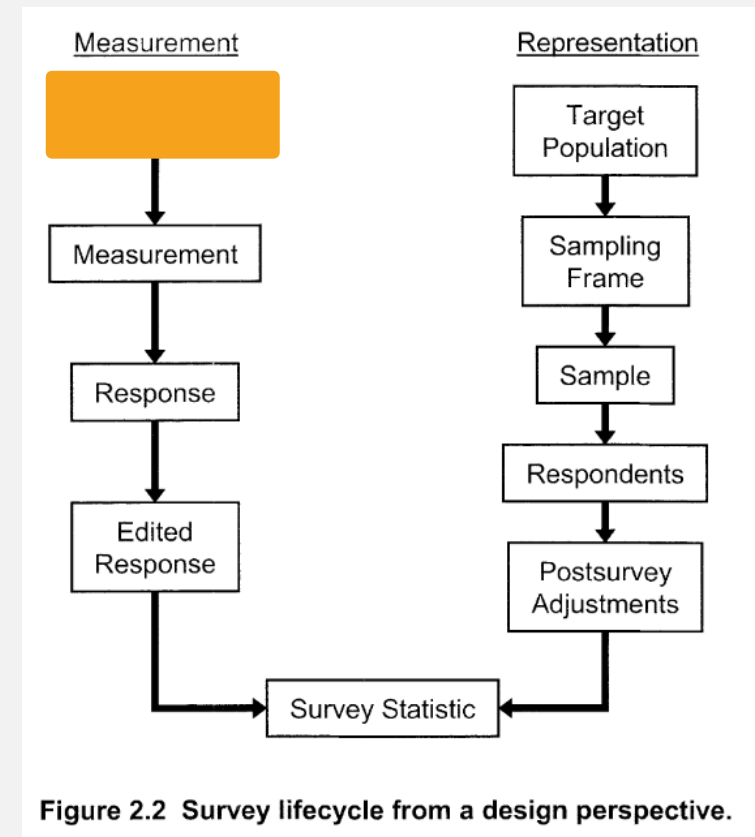
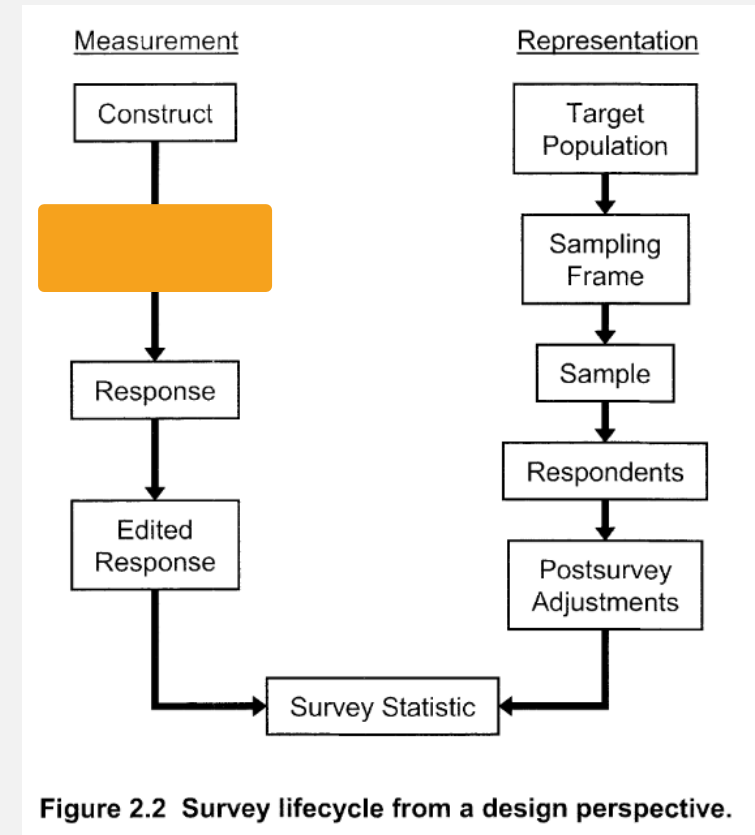


Figure 2.2 Survey lifecycle from a design perspective.


# MĚŘENÍ

- Konstrukt **operacionalizujeme** – definujeme, co přesně jím myslíme v měřitelné podobě
- Sledování zpravodajských stránek
  - množství času, které člověk stráví na zpravodajských serverech
  - množství jednotlivých článků, které člověk přečte za vymezené časové období
  - množství předplacených zpravodajských stránek
  - míra zájmu o zpravodajské stránky
- **Měření musí co nejvíce reflektovat zamýšlený konstrukt a „sedět“ do teoretického rámce**, kterým vysvětlujeme vztahy
  - Pokud chci testovat vztah mezi sledováním zpravodajských stránek a únavou očí, která operacionalizace bude nejlepší?
- Po operacionalizaci řešíme **konkrétní způsob měření**
  - (Objektivní – log z ICT)
  - Subjektivní – položky v dotazníku





# POLOŽKY V DOTAZNÍKU

- Měření (measures) – jednotlivé položky nebo baterie položek (škály)
- **Existující měření**
  - Existuje pro náš konstrukt dobré měření, které sedí na naši teorii a populaci a můžeme ho využít?
  - Cool! 
- **Nové měření**
  - Pokud neexistuje nebo jsou existující způsoby z různých důvodů nevyhovující
  - (taky cool, ale víc práce)

# VÝHODY EXISTUJÍCÍCH MEASURES

Existují!

## Standardizovaná measure

- Ověřená na reprezentativním vzorku cílové populace (populace, pro kterou je určena)
- Vytvořené normy pro danou populaci
- Tj. pokud pomocí standardizované škály testujeme relevantní respondenty, jejich individuální skóry můžeme porovnat se skóry populace
- Časté v diagnostice

## Validizovaná measure

- Ověřená validita, tj. že škála (na dané populaci) měří to, co měřit má
- Existuje (dobrý) článek „Validation of XYZ scale“
- Standardizovaná škála musí být i validizovaná, ale ne všechny validizované škály jsou standardizované

## „Jen použitá někde jinde“ measure

- Autor výzkumu vytvořil ad hoc measure, kterou použil
- Není to validizační studie per se
- Ale pokud škála fungovala – měla dobrou reliabilitu a tvořila teoreticky smysluplné vztahy s jinými proměnnými, její validitu to podporuje

# VÝHODY EXISTUJÍCÍCH MEASURES

- U validizovaných škál typicky detailně víte, jak a proč vznikla (teorie v pozadí tvorby)
- Víte, jak s ní zacházet a co od ní čekat (dimenzionalita, případné cut off points, reliabilita)
- Pokud použijete stejnou measure, usnadňujete i její interpretaci a porovnání s ostatními studiemi
- Pokud je nástroj ověřený, pak se snáze interpretují nesignifikantní výsledky
  - Pokud vám nevyjde hypotetizovaný vztah a použili jste k měření nový nástroj, jak si můžete být jisti, že dané proměnné spolu nesouvisejí – nemohli jste náhodou mít špatné pravítko?
  - Ale – validitu a důvěru v to, že nový nástroj měří smysluplně, posilují i naše samotné výsledky – pokud skóry tvoří teoreticky smysluplné vztahy, pak sama naše studie ukazuje, že měření (alespoň do nějaké míry) fungovalo

# NEVÝHODY(?) EXISTUJÍCÍCH MEASURES

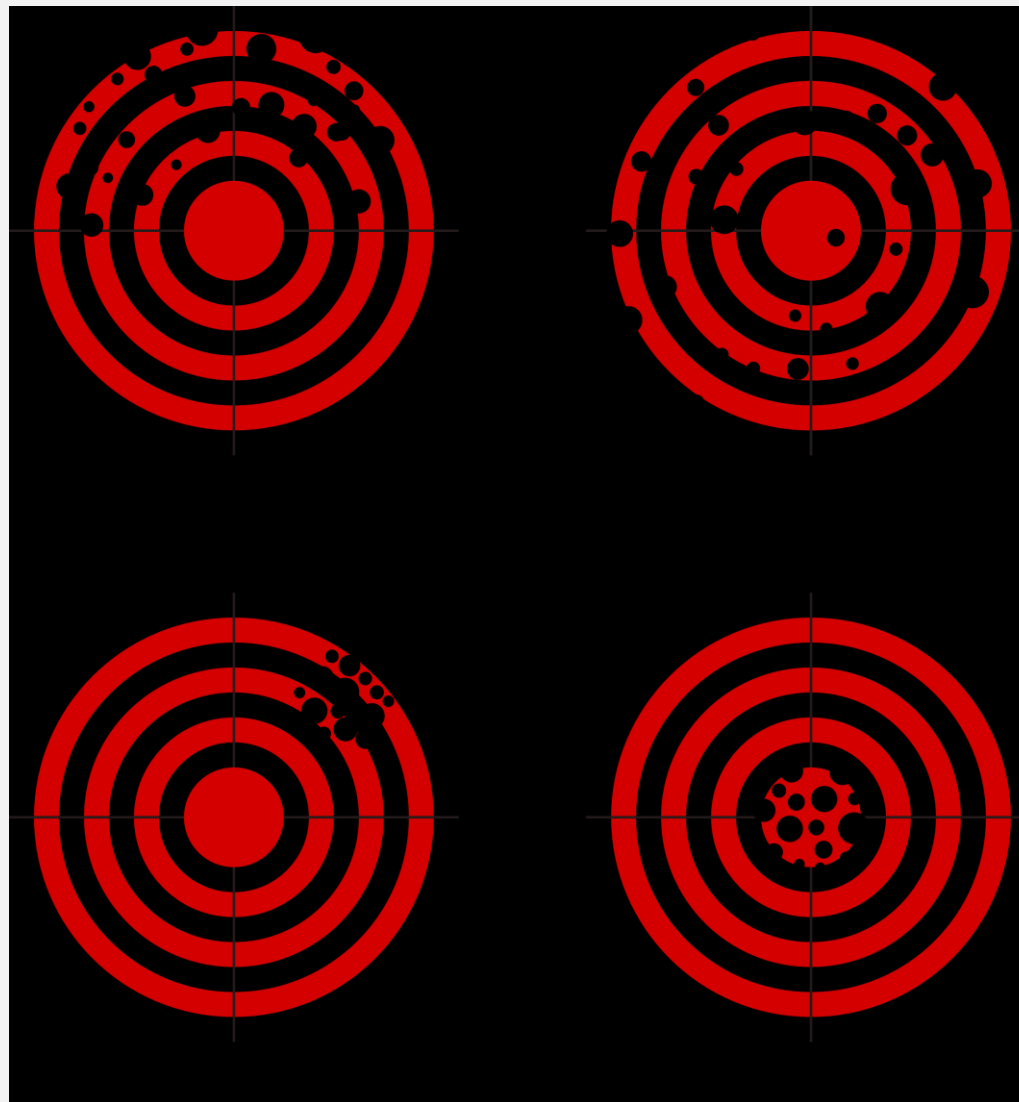
- Musíme je dokázat zhodnotit
  - I standardizovanou a validizovanou measure je potřeba kriticky zhodnotit
  - Nemusí přesně lícovat s našimi potřebami (populace, VO)
  - Často je potřeba přeložit a adaptovat

# PSYCHOMETRICKÉ VLASTNOSTI MĚŘENÍ

- „Psycho“ – prostě je začali řešit psychologové, ale neznamena to, že nás nezajímají i v jiných oborech
  - Proč zrovna psychologové – zájem o individuální rozdíly mezi lidmi, tj. měření charakteristik jako vlastnosti, postoje.. neviditelné proměnné, ke kterým neexistuje pravítka
- Latentní proměnné - nějaká charakteristika v „pozadí,“ která se projevuje *manifestními* proměnnými
  - Extraverze je vlastnost, která se projevuje např. tím, že člověk se cítí dobře ve společnosti mnoha jiných lidí, snadno se mu povídá i s neznámými lidmi, necítí se dobře, když je sám...
  - Neměříme přímo extraverzi, ale měříme její projevy a z nich usuzujeme na míru extraverze

# RELIABILITA A VALIDITA

- Jak víme, že daná škála (položky) měří dobře to, co měřit chceme?
- Ověřujeme to! Validita a reliabilita



# VALIDITA

- **VALIDITA** – měřím to, co chci? Říkám tomu intelligence, ale měřím fakt inteligenci?
  - Různé typy
- **„Face“ validita** – zjevná validita, míra, do jaké škála na „první pohled“ měří to, co bychom čekali
  - Pokud měřím mediální gramotnost, budu čekat položky na porozumění, hodnocení, tvorbu mediálních obsahů. Nebudu čekat položky na zájem o zpravodajství.
  - Nejde o to, co by v dané škále čekala vaše babička, ale co by tam čekal odborník
  - Je to poměrně slabá validita – sama o sobě není důkazem validity celého měření, ale může stačit jako důvod pro zahození škály do koše
  - Neměřitelná
- **Obsahová validita (content validity)** – míra, do jaké položky zachycují konstrukt v jeho celistvosti
  - Pokud mám položky ptající se na tvorbu mediálního obsahu, pak neměřím „celou“ mediální gramotnost, ale jen její část
  - Výrazná role teorie a toho, jak mám koncept definovaný
  - Velmi důležitá při tvorbě nové škály – musí být jasný teoretický obsah konstruktů a z něj plynoucí manifestní projevy konstruktů
  - Neměřitelná (ale mohou se využít expert ratings)

# VALIDITA

- **Criterion validity – kriteriální validita**

- Validita je v podstatě korelace mezi pravou hodnotou zamýšleného konstruktů a odpovědí respondenta na položku/škálu
- Pokud dané měření skutečně vypovídá o míře nějaké charakteristiky, měla by se tato míra smysluplně projevovat ve vztazích s dalšími charakteristikami nebo chováním (kritéria)
  - Např. pokud je mediální gramotnost definovaná jako schopnost kriticky hodnotit mediální obsahy, pak člověk, který skóruje na této škále vysoko by měl rozpoznat fake news častěji než člověk, který skóruje nízko
  - Nebo člověk, který by teoreticky měl mít vyšší MG (např. VŠ vzdělání) by měl v měření skórovat výš než člověk, který by měl teoreticky mít nižší MG (např. ZŠ)
- Opět velká role teorie
- Subtypy: concurrent validity (kritérium měříme ve stejný čas) a predictive validity (kritérium je něco v budoucnosti), convergent validity (moje nové měření mediální gramotnosti by mělo korelovat s jinými existujícími měřeními gramotnosti)
- Měřitelná

- **Discriminant validity** – míra, do jaké měření nekoreluje s konstrukty, se kterými by korelovat nemělo

- Pokud tvořím škálu, která měří konceptuálně jinou dimenzi mediální gramotnosti než tvorbu obsahů, neměly by spolu vysoce korelovat
- Měřitelná

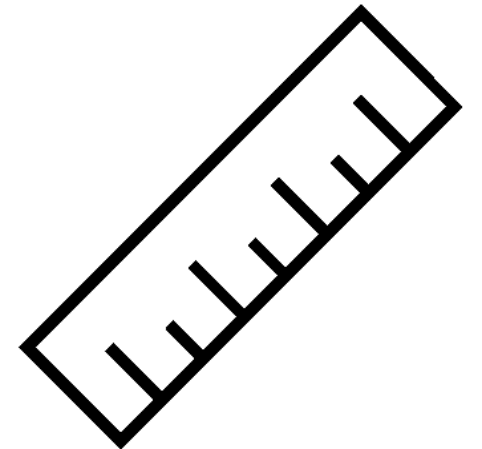


# RELIABILITA

Jak **přesně** měřím to, co chci?

Reliabilita je míra shody mezi (hypotetickým) opakováním jednotlivých měření

- Pokud je charakteristika teoreticky stabilní, měl by můj nástroj vždy ukázat stejnou hodnotu
  - Pokud bychom dali respondentovi dotazník na MG, vymazali mu paměť a dali mu ho znovu a znovu...
  - Položky jsou poměrně hrubé nástroje --> přirozená variabilita v odpovědích, ale over long run by skór u reliabilního měření měl být v poměrně úzkém intervalu a s vysokou korelací mezi měřeními



# RELIABILITA

Dva hlavní způsoby měření reliability

- **Vnitřní konzistence**

- U škál, tj. baterie položek, které mají měřit stejný rys
- Pokud skutečně jednotlivé položky měří stejný rys, pak by jednotlivé projevy dané vlastnosti (odpovědi na položky) spolu měly korelovat
- **Cronbachova alfa** – internal consistency – počítá se z průměrné korelace položek a jejich počtu
  - Alespoň 3 položky
  - Položky musí korelovat, ale ne příliš silně + měly by být na sobě nezávislé
  - Vyšší počet položek vzhledem k výpočtu vede k vyšší alfě
    - Alfa mezi 0.6-0.7 může být ještě pořád přijatelná u škál s nízkým počtem položek (3-4), sice so-so, ale je obvykle obhajitelná
    - Ale u vyššího počtu položek už ne
- Pro 2-položkové measures se doporučuje Spearmanovo rho
- McDonaldova omega
  - Pro latentní proměnné

Cronbach's alpha	Internal consistency
$\alpha \geq 0.9$	Excellent
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Good
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Acceptable
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Questionable
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Poor
$0.5 > \alpha$	Unacceptable

Příliš vysoká reliability není výhra 😊 Může znamenat zbytečné položky ve škále

# RELIABILITA

- **Split-half reliabilita**

- Také míra vnitřní konzistence
- Rozdělení baterie položek na dvě porovnatelné části a jejich korelace
- Měla by být vyšší než 0.7
- Trochu podobná: **paralelní reliabilita** – tvorba dvou paralelních forem škály, které se zkorelují

- **Test-retest reliabilita**

- Externí reliabilita
- Stejný test stejným lidem v jiném čase
- Nevýhody – paměť, efekt učení
- Hodně lidských charakteristik se přirozeně v čase mění – i ty relativně stabilnější mohou variovat

**Reliabilita vás vždy zajímá i ve vašich vlastních datech!**

# RELIABILITA

Rozdíl mezi škálou měřící latentní konstrukt a „indexem“

- **Latentní konstrukt: charakteristika v pozadí, která je důvodem pro její projevy**
  - Extraverze se projevuje určitým chováním
  - Proto její jednotlivé projevy spolu korelují – protože je nějaká proměnná X, která je důvodem pro hodnotu položek ve škále
- **Index** (často ale i ty jsou označovány jako škály): v pozadí taková charakteristika není, ale jednotlivé indikátory tvoří soubor něčeho, co ovlivňuje další věci
  - Škála na online viktimizaci: jednotlivé položky např:
    - *Někdo o tobě na internetu zveřejnil nebo sdílel něco ztrapňujícího nebo ošklivého*
    - *Dostal/a jsi na internetu ošklivou nebo zraňující zprávu (např. emailem nebo v Messengeru)*
    - *Někdo o tobě na internetu zveřejnil nebo sdílel ztrapňující fotku nebo video, které jsi nechtěl/a, aby viděli ostatní*
  - Neexistuje individuální charakteristika „viktimizovanost“, která by zapříčiňovala to, že se mi stanou **všechny tyto věci**
  - Ale když se mi tyto věci stanou (a čím víc se mi dějí), tím víc to ovlivní moje sebehodnocení, úroveň stresu, ...
  - **V takovém případě se může stát, že vnitřní konzistence bude nízká – není totiž teoretický předpoklad, proč by jednotlivé položky spolu musely korelovat**

# VÝBĚR MĚŘENÍ

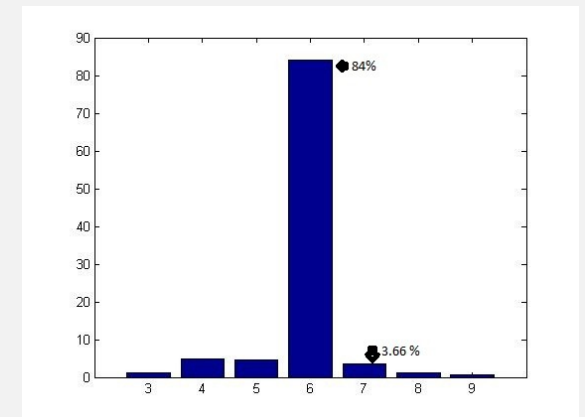
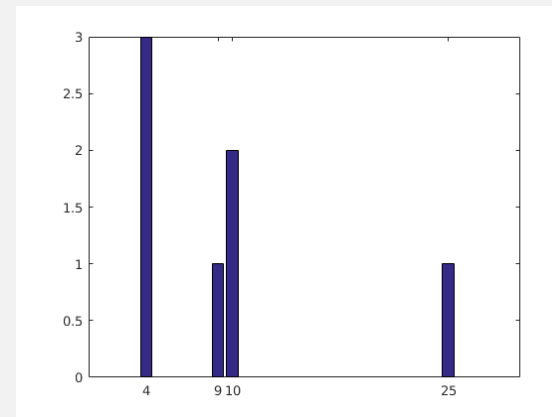
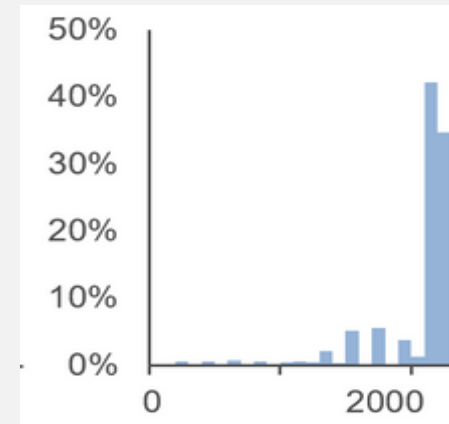
## Jak vybrat vhodnou measure, pokud pro můj konstrukt existuje víc nástrojů?

- Komplexní rozhodnutí, které zvažuje mnoho aspektů:
- **Validita** – existuje k nástroji validizační studie? Co víme o tom, jak funguje, co ve skutečnosti měří?
  - Jak vypadají výsledky faktorové analýzy, jak vypadá vnitřní konzistence?
  - Kdy studie/škála vznikla? Je i v dnešním světě relevantní? Není zastaralá?
- **Reliabilita** – jak vypadá reliabilita ve studiích, které škálu použily (ideálně na podobné populaci jako my)?
  - Je dostatečná vzhledem k počtu položek?
- **Měří obsahově to, co zajímá mně v mém konkrétním výzkumu?**
  - „Face“ validita vzhledem k VO a teorii
  - Někdy se pod názvem konstruktů skrývá něco jiného, než co chceme
- **Povede k různým odpovědím u mé cílové populace?**
  - Rozptyl

# PRO ANALYTICKÝ CÍL...

Když chceme zkoumat vztahy mezi konstrukty potřebujeme **rozptyl**

- Tj. potřebujeme, aby respondenti jako celek odpovídali různě
  - „Proměnná“ – proměňuje se, variuje (variable), tj. není konstantní
  - Bez rozptylu není co analyzovat
- 
- Jak často používáte internet?
    - Nikdy
    - Alespoň jednou měsíčně
    - Párkrát za měsíc
    - Alespoň jednou týdně
    - Párkrát za týden
    - Denně nebo skoro denně



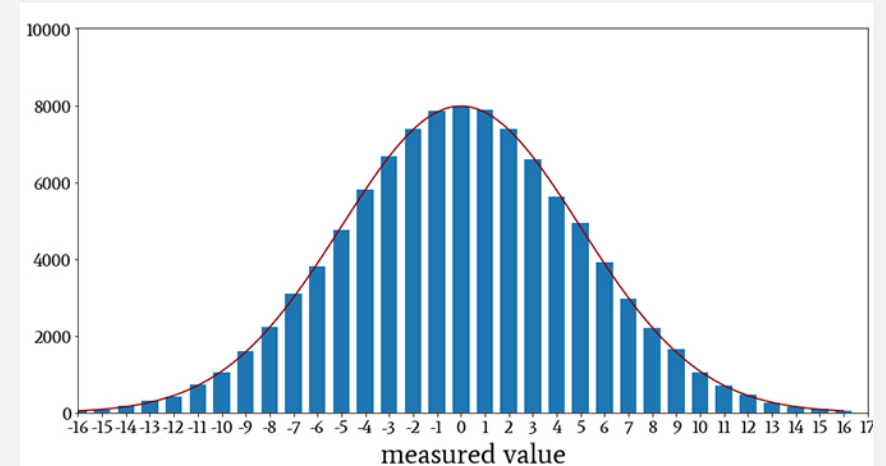
# PRO ANALYTICKÝ CÍL...

Ideální rozložení je normální rozložení

- Pro některé analýzy je to nutný předpoklad

Není ale nezbytné – u hodně jevů není realistické

- Řídké jevy, extrémní jevy
- Škály na viktimizaci



Přesto – je potřeba přemýšlet nad tím, jestli vybrané měření má šanci u naší cílové populace rozptýlit

- Efekt stropu a podlahy – měření, které vede k výrazným zešikmením (všichni skórují buď dole nebo nahoře)

# VÝBĚR MĚŘENÍ

- **Délka a obtížnost položek vzhledem k mé populaci**
  - V případě dlouhého dotazníku nechcete mít škálu, která na jeden rys „spotřebuje“ 50 položek
  - Zvažujte kognitivní náročnost položek – některé škály jsou jednoduché, jiné mají mnohem komplikovanější formulace. Zvážit hlavně s ohledem na váš vzorek – děti a dospívající, staří lidé...
- **Je škála relevantní vzhledem ke kultuře?** Používá pojmy, které jsou respondentům v daném sociokulturním kontextu srozumitelné?
- **Je dostupné celé znění škály,** případně poskytne mi ho autor?
  - Některé škály jsou placené
- **Dá se „dobře“ přeložit?**
  - Některé škály znějí skvěle v AJ, ale při pokusu o překlad do ČJ jsou najednou položky jaksí nefunkční



# PŘEKLADY

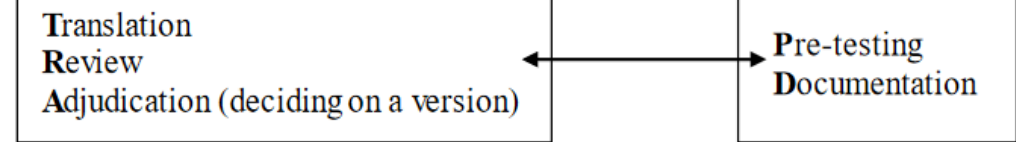
- Zásadní! Pokud chceme měřit totéž, co originální měření, musíme ho opravdu dobře převést do jazyka respondentů
- Back translation
  - Co to je?
- TRAPD - translation, review, adjudication, pre-testing and documentation
  - Metoda v European Social Survey, využitá např. i v EU Kids Online IV
  - Dva základní principy:
    - 1. dotazník/položky by měly být **adaptovány** než jen přeloženy
    - 2. adaptace by měla probíhat **v týmu lidí** spíš než rozděleně po jednotlivcích

# TRAPD TÝM

- **Překladatelé – min. 2**
  - Školeni v tvorbě položek
  - Překládat by měli do mateřského jazyka
  - Doporučuje se, aby aspoň jeden byl profesionální překladatel nebo lingvista
- **Reviewer**
  - Velmi zdatný v překladech a v dotaznících, citlivost na jazyk, zkušený odborník i na zkoumané téma
  - Pokud není v jedné osobě, lze mít dva s různou expertízou
- **Rozhodce**
  - Má finální slovo, rozhoduje o finál verzi položek, ale po diskuzi s reviewerem (a nejlépe i s překladateli)
  - Musí rozumět tématu, metodologii a oběma jazykům

# POSTUP

- Iterativní proces, všichni se ve všech fázích neustále vrací i k původnímu znění položek a pokud žádná verze položky není v pořádku, dochází k novým formulacím kdykoliv během procesu



1. T: **Překladatelé** nezávisle na sobě přeloží a adaptují položky tak, aby co nejvíce zachycovaly **původní smysl položky**

- Někdy mohou sami navrhnout více možných způsobů překladu položky
- Zároveň zaznamenávají, pokud mají sami o nějaké položce pochyby

2. R: Sejdou se s **recenzentem** a každou položku prodebatují a vyberou její optimální podobu

- Debaty se točí kolem důvodu, proč byla položka převedena tak, jak byla, co překladatelé zvažovali a proč...
- Někdy je už rovnou u této debaty rozhodce

3. A: **Rozhodce** se sejde a prodebatuje položky s recenzentem (optimálně za přítomnosti překladatelů)

# POSTUP

## 4. P: **Testování položek na cílové populaci:** kognitivní testování a pilotáž

- *budeme řešit příště*

## 5. D: **Dokumentace** procesu překladu a adaptace položek

- Dokument o procesu (např. do DP) by měl zahrnovat: jaký postup byl zvolen, jaké principy vedly překlad, pro adaptované položky explicitně uvedeny a odůvodněny změny
  - „Adaptovaná položka“ – ta, kde došlo k výraznější úpravě (např. jiný příklad, opis obtížně srozumitelného slova)
  - „Přeložená položka“ – položky, které jsou v podstatě skutečně jen přeložené a fungují (není potřeba nic odůvodňovat)
    - How often you watch TV → Jak často se díváte na televizi?
- Cílem TRAPD je mít proces, do kterého je zapojeno víc lidí (víc perspektiv) a podpořit diskuzi aktérů nad různými verzemi položek
- Vede to ke kvalitnějším položkám

# DOBŘÍ PŘEKLAD/ADAPTACE POLOŽEK

- Obecně – dobrý překlad/adaptace položky znamená, že úspěšně přenesla smysl položky za využití prostředků jazyka cílových respondentů
- **Bere v potaz cílovou populaci a její kognitivní schopnosti a znalosti**
  - Položkám mají rozumět i „krajní respondenti“ – nejmladší i nejstarší dítě, nejméně i nejvíce vzdělaný respondent
- **Bere v potaz sociokulturní kontext a vývoj v čase**
  - „How often do you use social networking sites, such as C2U, Snapchat, Facebook?“
    - Jak často používáš sociální sítě, jako třeba Facebook, Instagram, TikTok?
    - Otázka na SES s **příkladem** z Finska: *Which of the following best describes your financial situation and that of the people with whom you live?*
      - (a) *We live very well – We can purchase luxury items (e.g., long holidays abroad, **big boat**, expensive cars) and still have money left over.*
      - *I know when it is appropriate and when it is not appropriate to use emoticons (e.g., smileys, emojis), text speak (e.g., LOL, OMG), and capital letters.*
      - děti v Portugalsku neznaly LOL, OMG - používaly španělské zkratky
- **Měří to, co originální položka**
  - Pozor na správnou konotaci slov
  - „Someone posted nasty comments about you on social media“

Platí nejen pro překlady, ale i pro využití škály v jazyce respondentů, která byla vyvinuta pro jinou cílovou populaci nebo je starší

# DOBŘÁ ADAPTACE POLOŽEK

**Dobry překlady nezni jako překlady!**

- **Bere v potaz specifika jazyka – syntax, formální stavbu věty**
  - v AJ často obrácené pořadí než v ČJ a často na to při překladech zapomínáme
    - „All things considered, how satisfied are you with your life as a whole nowadays?“
      - „Celkově, jak jste spokojený...“ vs. „Jak jste celkově spokojený...“
    - „I give into our child when the child causes a commotion about something.“
      - „Vzdám to a vyhovím mu/jí, když kvůli něčemu udělá scénu“ vs. „Když kvůli něčemu udělá scénu, vzdám to a vyhovím mu/jí“
- **Bere v potaz specifika jazyka – ne/používaná slova nebo sousloví v daném kontextu**
  - Jak byste přeložili „How often do you meet socially with friends?“
  - Někdy může být obtížné přeložit i kotvy pro dlouhou odpověďovou škálu

# DOBŘÁ ADAPTACE POLOŽEK

- **Používá jazyk, který je přirozený** a bere v potaz formu sběru (tazatel, samostatné vyplňování)
  - Pozor – psaný projev a mluvený projev se liší. Položky by přitom měly víc odpovídat tomu, jak by danou větu/otázku/tvrzení respondent reálně řekl
  - Tzn. do nějaké míry hovorové, ale pořád gramaticky správné

## Parental Support for Fighting - Aggressive solutions

1. If someone hits you, hit them back.	Když tě někdo uhodí, uhoď jej/ji zpátky
9. If you can't solve the problem by talking, it is best to solve it through fighting.	Když nestačí slova, použij pěsti
3. If someone calls you names, call them names back.	Když ti někdo nadává, tak mu/jí to vrať
5. If someone asks you to fight, hit them first.	Když se někdo chce prát, zaútoč na něj/ni první
2. If someone calls you names, hit them.	Když tě někdo urazí, jednu mu/jí vraz

# DOBŘÁ ADAPTACE POLOŽEK

- **Neobsahuje položky, které by významem neodpovídaly původnímu významu**
  - Když překlad ani adaptace nefunguje – některá položka se může ukázat nepřevoditelná
    - Na takovou ani nemá smysl se respondentů ptát
    - Patrně ani v datech nebude fungovat dobře
    - Zbytečné plýtvání času respondenta
    - Smazat!
  - Pokud byste si nebyli jistí – kognitivní testování a pilotáž na takovou položku upozorní



# PROČ TRAPD?

- Kvalitativně lepší postup než jen back translation, který leží na dvou lidech, přičemž jen jeden má často odbornost v tématu nebo survey methodology
- Každý překladatel má blind spots, každý má svůj specifický styl a některé věci prostě nevidí
- Benefit z více zapojených lidí je pro kvalitu finálního překladu obrovský
- **Doporučujeme i pro DP**
- Ale co obvykle stačí:
  - Najít aspoň 1 člověka, který vašemu překladu udělá „reviewera“ – tzn. podívá se i na původní položky, bere v úvahu specifika cílové populace a aspoň trochu rozumí tématu (obvykle prostě kamarád student oboru)
  - Pokud sami nemáte jazykový cit, najděte někoho, kdo ano 😊
  - To se nedá v DP označit jako „TRAPD“ ale pomůže vám to zlepšit kvalitu položek
  - Kdy to nestačí – pokud se překlad nepovede

# CVIČENÍ

- Individuálně: každý zkuste převést následující položky
  - Slovenští studenti do slovenštiny
  - Čeští do češtiny
- Cílovka dospívající 13-16 let
- Self-administred (online dotazník)
  
- Následně vás ve skupinkách svoje překlady porovnejte a zvolte finální verzi

## VICTIM BLAMING ATTITUDES

If teens don't want to be bullied, they should be more willing to fit in.

Students who allow people to bully them deserve it for not standing up for themselves.

If teens would not place information on social networking sites, they would not be a victim of cyberbullying.

If teens who are bullied on and/or offline would just ignore it, the bullying would stop.

# ADAPTACE EXISTUJÍCÍCH MĚŘENÍ NAD RÁMEC „PŘEKLADOVÉ ADAPTACE“

Když chcete použít existující měření nějak jinak než jak bylo původně zamýšleno

Je možná, ale musí být realistické, že škála bude fungovat

- Je na to v textu potřeba explicitně upozornit a odůvodnit

## **Adaptace na jinou technologii/jiné prostředí**

- „How much time do you spent on *Facebook* on a typical weekday?“ → Kolik času strávíte na *Instagramu* během obvyklého pracovního dne?
- Někdy je potřeba některé položky smazat, protože daná funkce v jiném prostředí neexistuje

## **Adaptace odpověďových škál**

- Např. namísto originální 4bodové chceme 6bodovou nebo chceme změnit kotvy – změnit škálu z „jednou denně - jednou týdně...“ na „velmi často – často -...“
- Poměrně častá a neproblematická – v dotazníku může být pro respondenty příjemnější, kdy je napříč škálami stejná odpověďovka
- Ale obvykle snaha ponechat smysl původních odpovědí (frekvence → frekvence, míra souhlasu → míra souhlasu)

# ADAPTACE EXISTUJÍCÍCH MĚŘENÍ NAD RÁMEC „PŘEKLADOVÉ ADAPTACE“

## **Adaptace na jinou populaci**

- „How often do you spank your children when they misbehave?“ – funguje u dětí, ale bude fungovat u dospívajících?
- Může být velmi těžká a nefunkční

## **Využití části položek a doplnění vlastními**

- Od nějaké míry už bychom neoznačili jako „adaptaci“, ale spíš „inspirováno škálou...“
- Opět potřeba popsat a odůvodnit

## **Využití jen jedné dimenze z několika**

- Velmi časté, obvykle to není žádný problém

## DOPORUČENÍ PRO DP

- Využijte existující škály, pokud jsou pro váš výzkum vhodné
- Nebojte se je „překladově adaptovat“ – to je vlastně nezbytné
- S obezřetností a pečlivostí se nemusíte bát ani adaptovat je výrazněji nebo tvořit zcela nová měření
- **Vaším cílem je použít takovou measure, která sedí vaší populaci, vašemu módu sběru dat, vaší VO**
- **Nemá smysl použít measure, která tomu neodpovídá**
  - Někdy lze ale zvažovat dílčí úpravu výzkumu tak, abyste existující měření využít mohli
- Všechny úpravy je potřeba popsat v textu DP

# ÚKOL 5

- **Přeložit škálu New Media Literacy Scale** (Koc & Barut, 2018) pomocí TRAPD

- 35 položek ve 4 dimenzích
- Přečtěte si celý článek!
- Proveďte fáze TRA a D

- Cílová populace: VŠ studenti

- Online dotazník

- **3 skupiny**

- SK skupinka: Paulenová, Bieliková, Doubek
- Dvě CZ skupinky – jedna po 3, jedna po 4 – rozhodněte se sami

- **Odevzdaný úkol rovněž po skupinkách:**

- Vložte tabulku (excel), kde budou i všechny návrhy překladatelů i finální verze
- Popište proces adaptace položek a odůvodněte rozhodnutí u položek, které vyžadovaly víc než prostý překlad

- **Skupiny po 3:** 2 překladatelé, 1 reviewer a adjudicator v jedné osobě

- **Skupina po 4:** 2 překladatelé, 1 reviewer, 1 adjudicator

- ALE: rotujte! Ať si každý vyzkouší každou roli – rozdělte si položky

<b>3 členná skupinka</b>	překlad1	překlad2	reviewer/ adjudicator	
část dotazníku 1	Osoba A	Osoba B	Osoba C	
část dotazníku 2	Osoba C	Osoba A	Osoba B	
část dotazníku 3	Osoba B	Osoba C	Osoba A	
<b>4 členná skupinka</b>	překlad1	překlad2	reviewer	adjudicator
část dotazníku 1	Osoba A	Osoba B	Osoba C	osoba D
část dotazníku 2	osoba D	Osoba C	Osoba B	osoba A
část dotazníku 3	Osoba C	Osoba D	Osoba A	Osoba B
část dotazníku 4	osoba B	Osoba A	Osoba D	Osoba C

# LITERATURA

- Dorer, B. (2018). ESS Round 9 Translation Guidelines.  
[https://www.europeansocialsurvey.org/docs/round9/methods/ESS9\\_translation\\_guidelines.pdf](https://www.europeansocialsurvey.org/docs/round9/methods/ESS9_translation_guidelines.pdf)
- Gideon, L. (Ed.). (2012). *Handbook of survey methodology for the social sciences*. New York: Springer.
- Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in human behavior*, 63, 834-843.